

BAB II

YOKYAKARTA SEBAGAI KOTA KREATIF DALAM UNITED NATIONS CREATIVE CITY NETWORK (UNCCN)

2.1 Yogyakarta Kota Budaya

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki beragam sejarah, baik dari segi pengalaman maupun seni dan budayanya. Yogyakarta memiliki keistimewaan dalam tiga hal, yang diantaranya adalah dalam hal pertanahan, pemerintahan serta dalam hal budayanya yang membuat Yogyakarta selain dikenal sebagai kota pendidikan juga dikenal sebagai kota wisata budaya. Seperti yang tercantum dalam peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta No.3 tahun 2017 mengenai Pemeliharaan dan Pengembangan Kebudayaan menimbang, bahwa untuk melaksanakan ketentuan pasal 31 ayat (2) UU No.13 tahun 2012 tentang keistimewaan DIY perlu membentuk peraturan daerah istimewa tentang pemeliharaan dan pengembangan kebudayaan.¹¹ Yogyakarta memiliki kesenian dan kebudayaan yang tinggi, bahkan dapat dikatakan sebagai pusat sumber seni budaya. Hal ini tidak lepas dari Yogyakarta sebagai bekas suatu kerajaan yang besar. Sebagai salah satu contohnya dapat dilihat dari berbagai peninggalan-peninggalan budaya seperti tempat bersejarah,

¹¹ Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta, "*Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta No.3 Tahun 2017, Tentang Pemeliharaan Dan Pengembangan Kebudayaan*", Pasal 31 ayat (2) UU No.13 Tahun 2012 Yang Membahas Mengenai Keistimewaan DIY Perlu Membentuk Peraturan Daerah Tentang Pemeliharaan dan Pengembangan Kebudayaan, diakses melalui <https://kebudayaan.jogjakota.go.id/resources/instansi/kebudayan/files/peraturan-daerah-istimewa-nomor-3-tahun-2017-tentang-pemeliharaa-2152.pdf>

istana sultan, candi-candi, dan museum bersejarah. Yogyakarta juga merupakan daerah yang memiliki potensi dalam pengembangan daerahnya selalu berupaya menciptakan suatu citra, diantaranya adalah:

- a. Yogyakarta sebagai tempat tujuan wisata
- b. Yogyakarta sebagai kota pendidikan
- c. Yogyakarta sebagai kota perjuangan

Yogyakarta selain dikenal sebagai kota pelajar atau pendidikan, dikenal juga sebagai kota budaya yang dikarenakan Yogyakarta memiliki kultur budaya yang sangat kental, dimana kegiatan-kegiatan yang bernuansa kebudayaan ini masih berlangsung hingga saat ini. Citra kota sebagai pusat kebudayaan diperkuat dengan masih banyaknya terdapat bangunan cagar budaya sisa dari peninggalan keraton Mataram. Kebudayaan atau kata budaya berasal dari Bahasa sansekerta yang diartikan sebagai hal-hal berkaitan dengan budi dan akal manusia. Hingga saat ini nilai seni dan budaya kota Yogyakarta masih sangat dijunjung tinggi. Hal ini dapat dilihat dari keberagaman dan keunikan kota yang semakin lama semakin menyebar. Salah satu budaya yang sangat terkenal di Yogyakarta ini adalah wisata, seni rupa hingga kulinernya. Semakin tahun jumlah wisatawan yang mendatangi atau berkunjung ke Yogyakarta semakin bertambah. Banyaknya wisatawan yang tertarik untuk berkunjung dan menikmati destinasi wisata seperti mendatangi tempat bersejarah, candi – candi, hingga pantainya.

Destinasi wisata di Yogyakarta memiliki daya tarik dan nilai seni budaya yang sangat tinggi, salah satunya diantaranya yaitu¹² :

a. Candi Borobudur

Ribuan tahun silam, wilayah ini merupakan salah satu pusat kerajaan Mataram Kuno yang memiliki peradaban sangat tinggi. Candi Borobudur merupakan candi Buddha terbesar didunia yang terletak di daerah Magelang yakni 40 KM dari pusat kota Yogyakarta dan dapat ditempuh melalui jalur darat.

b. Candi Prambanan

Candi Prambanan dibangun pada abad ke-9. Candi Prambanan dibangun tinggi menjulang sekitar 47 meter dan sangat indah dengan beberapa ornamen-ornamen khasnya yang membuat keindahan candi Hindu ini sangat membuat kagum. Letak Candi Prambanan ini ada pada sebelah timur kota Yogyakarta serta dapat diakses melalui transportasi umum yang disediakan pemerintah, yakni bus Trans Jogja.

c. Malioboro

Malioboro merupakan salah satu pusat kota atau dapat dikatakan sebagai jantung kota Yogyakarta. Mengapa demikian, karena disinilah tempat atau

¹² Yogyakarta Destinasi Paling Populer di Indonesia Setelah Bali, *Wisata Jogja/Jogjakarta Terbaik*, artikel, diakses dalam www.yogyas.com , (11/06/2019).

surganya berbelanja cinderamata / barang hasil kerajinan khas Yogyakarta. Banyaknya para penduduk yang berjualan kerajinan hasil karyanya memberikan dampak positif bagi pemasukan ekonomi setempat. Semakin banyak hasil karya yang dijual dengan berbagai keunikannya, semakin besar pula peluang pendapatan mereka.

d. Tebing Breksi

Tebing Breksi berada di Dusun Groyokan/Nglengkong, Prambanan, Sleman. Tebing breksi memiliki suatu nilai yang tidak terlepas dari sejarah gunung api purba Nglanggeran.¹³ Tebing Breksi merupakan salah satu cagar budaya tak lepas dari kondisi geologisnya. Batu kapur breksi ditebing ini merupakan endapan abu vulkanik dari Gunung Api Purba Nglanggeran. Nama tebing breksi merupakan sebutan saja dan bukan merupakan jenis bebatuan seperti yang dikenal dalam ilmu Geologi. Banyak wisatawan yang menganggap bahwa batuan di Tebing Breksi ini merupakan batu kapur, dan memang tidak banyak yang tahu juga tebing breksi adalah bebatuan yang terbentuk karena endapan abu vulkanik Gunung Api Purba Nglanggeran. Bahasa ilmiahnya yang disebut batuan tuff. Masyarakat lokal sendiri menyebut sebagai lenthon.

¹³ Taman Tebing Breksi, *Sejarah Objek Wisata Tebing Breksi*, 2018, <https://tebingbreksi.net/2018/10/12/informasi-dan-sejarah-objek-wisata-tebing-breksi/> 11/06/2019

e. Keraton Yogyakarta

Ada banyak hal-hal yang menarik saat berkunjung ke Kraton Yogyakarta ini, selain bangunan aslinya yang begitu kokoh dan megah serta sangat terasa kental nuansa Jawa nya, aneka koleksi raja serta pertunjukan seni¹⁴. Terdapat beberapa fakta menarik yang terdapat di Kraton Yogyakarta ini, diantaranya terdapat berbagai ruangan yang menyimpan benda kuno untuk disimpan sebagai warisan budaya, dan hingga saat ini, Raja Sri Sultan Hamengku Buwono x dan keluarga masih menempati Kraton Yogyakarta.

f. Pantai Parangtritis

Pantai parangtritis merupakan salah satu objek wisata yang sangat terkenal di kabupaten Bantul, hingga menjadi salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi wisatawan saat ke Yogyakarta. Pantai ini terletak 27 KM dari pusat kota Yogyakarta. Selain keindahan alamnya yang sangat memanjakan mata wisatawan, pantai ini juga dikenal berkaitan erat dengan Kraton Yogyakarta dan mitos mengenai Nyi Roro Kidul.

Dari semua keunikan yang dimiliki Yogyakarta, hal ini tentu saja dapat menjadi salah satu alat pacu perekonomian wilayah, dikarenakan pemanfaatan wilayah sebagai

¹⁴ Keraton Yogyakarta, *Cikal Bakal Keraton Kasultanan Yogyakarta*, 13 Maret 1755 adalah tanggal bersejarah untuk Kasultanan Yogyakarta serta Sultan Hamengku Buwono I Memulai pembangunan Keraton, diakses melalui <https://kratonjogja.id/cikal-bakal/detail#> (12/06/2019)

destinasi wisata yang dapat menjadi salah alternatif ekonomi kreatif. Penduduk setempat dapat memanfaatkan keramaian destinasi wisata sebagai sumber pendapatan ekonomi dengan cara berjualan, hal ini tidak sedikit penduduk setempat yang berkreasi dan menjajakan dagangan untuk bisa dibawa sebagai salah satu buah tangan saat pulang. Ada banyak hasil kerajinan yang diproduksi dan bernilai ekonomi yang di jual di Yogyakarta ini, seperti salah satunya adalah tas rotan dengan berbagai bentuk dan warna, mainan atau hiasan yang dibuat dari kayu, lukisan, topi pantai ataupun topi khas Yogyakarta (blangkon), serta ragam kuliner. Salah satu kuliner yang sangat terkenal di Yogyakarta ini adalah gudeg. Gudeg yang merupakan salah satu makanan khas kota Yogyakarta ini merupakan salah satu *icon* kota.¹⁵ Kelezatan dan ciri khas rasa dari gudeg ini membuat wisatawan maupun penduduk lokal sangat menyukai makan khas satu ini. Hal ini tentu saja dapat dijadikan salah satu usaha kuliner yang menjanjikan dan membuat banyaknya penduduk lokal yang menjual gudeg ini.

2.2 Yogyakarta Kota Kreatif

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang termasuk sebagai kota kreatif. Kata kreatif ini mengandung arti sebagai salah satu upaya perkembangan atau peningkatan yang dilakukan melalui pemanfaatan kreatifitas. Di era globalisasi sekarang ini, pertumbuhan ekonomi juga mengalami perubahan yang cukup memberikan pengaruh

¹⁵ Hamim Tohari, *Menilik Asal- usul Gudeg, Kuliner Khas Yogyakarta nan Melegenda Sejak Zaman Mataram*, Tribun News, 2018, <https://jogja.tribunnews.com/2018/12/04/Menilik-asal-usul-gudeg-kuliner-khas-yogyakarta-nan-melegenda-sejak-zaman-mataram>. (11/06/2019)

besar. Pemerintah kota berupaya untuk menjaga dan meningkatkan perekonomian wilayah dengan menerapkan perkembangan ekonomi kreatif yang pada akhir-akhir ini telah menjadi salah satu tujuan alternatif untuk menjadi solusi serta strategi global dalam menjaga keselarasan atau kestabilan perekonomian.

a. Sumber Daya

Sumber daya yang dimaksudkan disini adalah pemasukan yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, selain ide atau kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya insani juga bisa menjadi landasan dari industri kreatif karena sumber daya alam maupun ketersediaan lahan yang menjadi pemasok penunjang dalam industri kreatif. Di era ekonomi kreatif seperti sekarang ini juga mendapatkan warisan dampak dari era industrialisasi seperti pemanasan global. Pemanasan global yang terjadi diseluruh dunia membangkitkan kesadaran kolektif dari warga dunia dan menghasilkan pandangan politis mengenai penyelamatan bumi. Sehingga, dalam membangun industri kreatif yang berbasis fisik, alangkah lebih baik apabila ditunjang dengan pola pikir pembangunan yang ramah lingkungan.

b. Industri

Industri merupakan bagian dari kegiatan penduduk disetiap wilayah yang terkait dengan yang namanya produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau wilayah tertentu. Perlunya pengupayaan agar terciptanya struktur pasar industri kreatif dengan persaingan yang sempurna yang dapat mempermudah pelaku industri kreatif untuk melakukan bisnis dalam sektor

yang dituju. Pilar Industri ini termasuk ke dalam salah satu pilar karena pemahaman bahwa produk kreatif adalah hasil suatu kreatifitas dihitung dengan transaksi yang nyata. Ini mengindikasikan adanya faktor kreasi dan originalisasi yang memiliki potensi kapital atau yang diproduksi sedemikian rupa untuk dikomersialisasikan.

c. Teknologi

Dalam hal ini teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan non material, yang merupakan sebuah aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu yang ingin dicapai. Dengan kata lain, teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, akan tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau metode-metode, atau aktifitas yang membentuk dan mengubah budaya. Teknologi ini akan bisa untuk mewujudkan kreatifitas individu dalam wujud karya yang nyata. Teknologi dimasukkan kedalam pilar karena fungsinya sebagai kendaraan dan perangkat (*tools*) bagi pengembangan landasan ilmu pengetahuan. Teknologi bisa dipakai dalam berkreasi, memproduksi, berkolaborasi, mencari informasi, distribusi dan sarana bersosialisasi.

d. Institusi

Institusi dalam sebuah pilar pembangunan industri kreatif dapat didefinisikan sebagai halnya tatanan sosial yang dimana termasuk di dalamnya adalah kebiasaan, norma, adat, aturan, serta hukum yang berlaku. Tatanan sosial ini bisa yang bersifat informal –seperti sistem nilai, adat istiadat, atau norma-maupun formal dalam bentuk

peraturan perundang-undangan. Industri kreatif memajukan ide-ide yang dapat dieksploitasi menjadi potensi yang bernilai jual. Dengan demikian peranan hukum dalam memproteksi ide-ide sangat penting. Perlindungan ide dengan alur Hak Kekayaan Intelektual. Dalam hal ini penting diketahui bagaimana masyarakat Indonesia menggunakan proses kreatif di dalam kehidupan sehari-hari, baik secara keilmuan, industri maupun komersial.

e. Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan merupakan salah satu lembaga yang berperan penting dalam menyalurkan pendanaan kepada setiap pelaku industri yang membutuhkan, baik dalam bentuk modal atau ekuitas maupun pinjaman atau kredit. Lembaga keuangan merupakan salah satu *endorsement* dalam perjalanan suatu industri kreatif dan salah satu elemen terpenting untuk menjembatani kebutuhan keuangan bagi setiap pelaku industri kreatif.

Industri kreatif memiliki 15 sub-sektor. Ada yang kreasinya berbentuk benda fisik, ada pula yang kreasinya berupa produk non-fisik (*intangible*). Persepsi lembaga keuangan saat ini masih tradisional, hanya mau menyalurkan pinjaman pada industri yang memiliki hasil fisik dan memiliki lahan fisik sebagai tempat berproduksi. Dengan adanya perkembangan teknologi, saat ini banyak terdapat produk – produk non-fisikal yang memanfaatkan dunia maya (*cyberspace*) sehingga berbentuk digital. Insitansi finansial harus menciptakan perangkat finansial yang mendukung era ini. Untuk dapat mengembangkan Industri kreatif secara optimal, terdapat beberapa

kebutuhan untuk melihat setiap subsektor Industri kreatif dalam tataran yang lebih teknis dan operasional, sehingga dibutuhkan pemahaman mengenai ekosistem dan peta industri dari setiap subsector lebih mendalam lagi. Dengan pemahaman teknis dan operasional yang lebih baik, diharapkan akan terjadinya percepatan kolaborasi, sinergi, dan harmonisasi dari lima belas subsektor Industri kreatif untuk mencapai visi dan misi pengembangan Industri kreatif. Dari sisi intensitas sumber daya, industri-industri yang ada pada Industri kreatif dapat dikelompokkan kepada dua kelompok besar, yaitu industri kreatif yang masih membutuhkan ide atau masukan yang berwujud dalam memproduksi karyanya, dan karya kreatif yang sepenuhnya menggunakan ide produksi tidak berwujud. Namun, meskipun demikian dalam sebuah proses produksi industri kreatif, yang utama adalah masukan yang berupa ide, inovasi, dan kreativitas karena industri kreatif ini merupakan proses penciptaan nilai tambah yang lahir dari kemampuan pemikiran orang kreatif untuk menciptakan karya dan jasa dari ide dan pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Sedangkan berdasarkan substansi dominan, maka kelompok industri kreatif dapat dibedakan menjadi kelompok berbasis media, berbasis seni dan budaya, serta berbasis desain. Kelompok industri kreatif yang dikembangkan pada tahun 2015–2019 adalah: (1) arsitektur; (2) desain; (3) film, video, dan fotografi; (4) kuline, (5) kerajinan; (6) mode; (7) musik; (8) penerbitan; (9) permainan interaktif; (10) periklanan; (11) penelitian dan pengembangan; (12) seni rupa; (13) seni pertunjukan; (14) teknologi informasi; dan (15) televisi dan radio.

Tabel 1.2 klasifikasi Industri kreatif

Klasifikasi Industri Kreatif	
Berwujud	<ul style="list-style-type: none"> - Arsitektur - Penerbitan - Seni rupa - Mode - Kerajinan - Kuliner - Penelitian
Tidak Berwujud	<ul style="list-style-type: none"> - Periklanan - Seni budaya - Seni pertunjukan - Film / video - Tv / radio - Permainan interaktif - Teknologi informasi

Table 1.3 Jenis Industri Kreatif di Indonesia

No.	Jenis Industri Kreatif	Keterangan
1.	Periklanan	komunikasi satu arah dengan menggunakan media dan sasaran tertentu, merupakan bagian dari kegiatan jasa periklanan yang dapat dikatakan kreatif. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya dimulai dari riset pasar, setelah itu dibuat perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan relasi kepada publik. Selain itu, tampilan periklanan dapat berupa iklan media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame, serta penyewaan kolom untuk iklan pada situs-situs website, baik website kelas mikro maupun website kelas makro.
2.	Arsitektur	Kegiatan arsitektur yang kreatif berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (<i>town planning, urban design, landscape architecture</i>) sampai level mikro (detail konstruksi). Contohnya adalah arsitektur taman kota, perencanaan biaya

		konstruksi, pelestarian bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrik.
3.	Pasar Barang Seni	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang barang musik, percetakan, kerajinan, auto-mobile, dan film. Seperti halnya barang-barang berbau vintage maupun barang-barang peninggalan orang-orang terkenal.
4.	Kerajinan	Sebuah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan suatu kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin. Biasanya berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, batu mulia, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya

		diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal)
5.	Desain	Desain bersifat multidimensional dan kompleks. Dari sisi proses penciptaan ide-ide gagasan, desain dapat bersifat subyektif dan emosional dan bisa bersifat obyektif dan profesional. Dari sisi output desain berupa sesuatu yang bersifat simbolis dan bisa pula bersifat material. Selain itu pengertian lain dari industri kreatif adalah Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan. Pembuatan desain apartement, desain rumah susun misalnya
6.	<i>Fashion</i>	Industri <i>Fashion</i> merupakan sebuah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, dan juga bisa terkait dengan distribusi produk <i>fashion</i> ..
7.	Video, Film dan Fotografi	Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film,

		sinematografi, sinetron, dan pameran atau festival film
8.	Permainan Interaktif (game)	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer ataupun android serta iOS maupun video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.
9.	Musik	kegiatan kreatif yang berupa kegiatan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara. Seiring dengan perkembangan industri musik ini yang tumbuh sedemikian pesatnya, maka klasifikasi KBLI perlu dikaji ulang yaitu terkait dengan pemisahan lapangan usaha distribusi reproduksi media rekaman, manajemen representasi-promosi agensi musik, jasa komposer, jasa pencipta lagu dan jasa penyanyi menjadi suatu kelompok lapangan usaha sendiri.
10.	Seni Pertunjukan (showbiz)	Sebuah kreatifitas yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan. Misalnya, pertunjukan wayang, balet, tari tradisional, tari kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana

		pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
11.	Penerbitan dan Percetakan	kegiatan kreatif ini berkaitan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.
12.	Layanan Komputer dan Piranti Lunak (software) atau Teknologi Informasi	kegiatan kreatif yang terkait dengan suatu pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.
13.	Televisi & Radio (<i>broadcasting</i>)	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten

		acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi.
14.	Riset dan Pengembangan (<i>Research and Development</i>)	kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.
15.	Kuliner	kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Dari ke-15 sub-sektor yang ada, Yogyakarta termasuk dari beberapa sektor tersebut. Di Yogyakarta, penduduk setempat memanfaatkan peluang industri kreatif seperti pengembangan design, kuliner, kerajinan, seni rupa / pertunjukan juga teknologi informasi. Design yang dimaksud disini adalah dengan memproduksi kain dengan

motif dan corak batik yang semakin inovatif namun tidak meninggalkan sisi asli atau ciri khas batik daerah tersebut. Begitu juga dengan kulinernya, Yogyakarta yang memiliki julukan kota gudeg ini kini tidak hanya memiliki gudeg sebagai kuliner andalannya. Kini mulai bermunculan sajian kuliner yang semakin beragam dan inovatif, sebagai contohnya seperti makanan atau kuliner khas yang akan selalu menjadi buah tangan untuk dibawa pulang, yakni bakpia. Kue bakpia kini semakin beragam, yang dulu hanya dijual dengan isian kacang hijau atau kacang merah, kini seiring perkembangan waktu, penduduk setempat memberikan atau memunculkan inovasi-inovasi yang selalu unik. Kini dapat kita temui bakpia dengan banyak varian isinya, ada isi keju, coklat, matcha, kacang hijau, strawberry dan lain-lain. Dengan perkembangan industri kreatif ini penduduk dituntut untuk terus bergerak dan berinovasi agar supaya mereka tetap mendapat tempat dihati wisatawan dan mendapatkan pendapatan terus dari usahanya tersebut. Kemudian ada pula industry kreatif yang bergerak dibidang kerajinan. Dalam hal ini penduduk setempat dilatih untuk dapat memanfaatkan sumber daya yang ada agar dapat diolah dan menjadi suatu barang yang bernilai ekonomi. Seperti halnya para pengrajin tas atau mainan dari kayu. Di Yogyakarta sebagian penduduk membuka peluang bisnisnya dengan membuat suatu kerajinan tangan yang bisa berupa seperti tas rotan, maupun hiasan / mainan. Dengan kreatifitas penduduk setempat rotan-rotan tersebut dapat disulapnya menjadi sebuah tas yang bernilai jual cukup tinggi. Tas rotan saat ini sengan banyak digemari oleh masyarakat, dengan berbagai bentuk penduduk mengkreasikan kerajinan tangan itu dengan indah, ada yang berwarna asli coklat dari rotannya ada pula yang sengaja diberi

cat warna guna menarik perhatian dan minat wisatawan yang berdestinasi ke Yogyakarta. Dari segi seni rupa atau pertunjukan, penduduk setempat biasanya memanfaatkan keramaian kota untuk memberikan pertunjukan seperti menari dan bernyanyi, ada yang menggunakan alat musik seadanya namun ada pula yang menggunakan alat musik tradisional. Wisatawan dapat menikmati destinasi yang mereka kunjungi dengan bersantai sambil menikmati keindahan kota. Kemudian yang marak sekarang ini adalah industri kreatif yang menggunakan atau berbasis teknologi informasi. Para pengusaha industri berlomba-lomba menjual hasil karyanya untuk ditukarkan atau untuk menghasilkan uang sebagai pendapatan mereka. Namun, di era modern sekarang ini, para pelaku usaha industri kreatif dituntut untuk lebih jernih dan lebih berkreasi. Pemahaman penggunaan teknologi informasi yang baik, dapat menjadi salah satu alat penunjang untuk bergerak lebih luas dalam mempromosikan atau menjual hasil karya yang telah dibuat. Dengan memanfaatkan teknologi informasi yang tepat, penduduk atau pengusaha dapat memasarkan hasil karyanya atau dagangannya lebih luas dengan cara melalui internet / *online*. Pengusaha sekarang ini tidak dituntut harus memiliki toko atau kios untuk dapat menjajakan dagangannya, namun cukup dengan membuat akun atau mempostingnya melalui internet atau dunia maya, maka anda dapat tetap mendapatkan penghasilan. Ini mengapa industri kreatif sangat perlu dikembangkan, dikarenakan penerapan usaha industri kreatif ini dapat memberikan pemasukan atau keuntungan, dan dapat menjadi lahan lapangan pekerjaan baru yang secara tidak langsung dapat mengurangi jumlah pengangguran yang semakin lama semakin meningkat jumlahnya. Penerapan secara tepat dan berkelanjutan diyakini akan

bisa memajukan taraf keselarasan atau kesejahteraan penduduk wilayah setempat. Dengan demikian permasalahan kemiskinan yang sekarang ini menjadi tugas besar pemerintah untuk ditanggulangi dapat dikerjakan melalui tahap demi tahap penerapan konsep kota kreatif.

2.3 United Nation Creative City Network dan Yogyakarta Dalam UNCCN

United Nation Creative City Network atau yang biasa disingkat dengan sebutan UNCCN merupakan salah satu bentuk kerja sama dengan United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO). Didirikan sejak tahun 2004 UNESCO dengan program creative city network terus melakukan peningkatan cakupan jaringannya keseluruh dunia. Dihitung sejak Desember 2014 terdapat 69 kota kreatif dari 32 negara dengan 7 bidang kreatif.¹⁶ Jaringan kota kreatif didirikan menyeluruh bertujuan untuk mendorong kerjasama internasional antar kota yang berkomitmen dan berinvestasi dalam kreatifitas pembangunan berkelanjutan. Terdapat 18 indikator yang menjadi salah satu faktor untuk mendorong program atau sistem kota kreatif, diantaranya adalah¹⁷ :

1. Peran dan dasar-dasar bidang kreatif dalam sejarah kota
2. Pentingnya ekonomi dan dinamika sektor budaya

¹⁶ Dinas Tata Ruang Tata Bangunan, Indikator Kota Kreatif Versi UNESCO, diakses melalui <https://www.trtb.pemkomedan.go.id/artikel-1029-indikator-kota-kreatif-versi-unesco.html>, 2017. (07/06/2019)

¹⁷ *Ibid*

3. Pameran, konferensi, konvensi dan peristiwa nasional maupun internasional.
4. Festival dan acara skala besar lainnya yang diselenggarakan oleh kota dalam lima tahun terakhir.
5. Mekanisme, kursus, dan program untuk mempromosikan pendidikan kreatifitas dan seni.
6. Belajar pendidikan tinggi sekolah kejuruan, sekolah musik, dan drama, serta pembentukan pendidikan lainnya.
7. Pusat penelitian dan program dibidang kreatif yang menjadi perhatian.
8. Adanya ruang dan pusat kreasi yang diakui, produksi, dan penyebaran kegiatan barang / jasa.
9. Fasilitas utama dan ruang budaya yang didekasikan untuk berlatih, promosi, dan sosialisasi dibidang kreatif.
10. Menunjukan maksimal tiga program atau proyek yang dikembangkan oleh kota dalam lima tahun terakhir untuk mempromosikan partisipasi yang lebih luas.
11. Menunjukan maksimal tiga program atau proyek yang dikembangkan dalam lima tahun terakhir.
12. Peran professional utama dan organisasi masyarakat sipil non-pemerintah yang aktif dalam kota.
13. Kebijakan dan langkah-langkah utama yang dilakukan kota dalam lima tahun terakhir.

14. Kebijakan yang dilakukan lima tahun terakhir untuk mendirikan pengembangan industri budaya lokal.
15. Inisiatif kerjasama internasional utama di bidang kreatif yang menjadi perhatian.
16. Mekanisme dukungan, program, dan proyek yang dilakukan dalam lima tahun terakhir dengan mendirikan sinergi antar bidang.
17. Inisiatif kerjasama internasional yang dikembangkan lima tahun terakhir yang melibatkan sedikitnya dua dari tujuh bidang kreatif yang difasilitasi oleh jaringan proyek lintas sectoral.
18. Fasilitas utama dan ketersediaan infrastruktur seperti pameran, knferensi, dan konvensi.

Dari 18 indikator tersebut, kota yang memenuhi syarat atau memenuhi keseluruhan indikator akan bergabung menjadi bagian dari anggota UNESCO. Hal ini bertujuan untuk membuat kreasi, produksi, distribusi, dan menikmati barang dan layanan budaya pada level lokal. UNESCO membentuk jaringan kota kreatif juga bekerjasama dengan PBB. Badan khusus PBB ini memiliki misi untuk dapat mempromosikan kreatifitas yang dimiliki oleh penduduk setempat sebagai salah satu elemen penting dalam menjalankan pembangunan masyarakat perkotaan untuk menjadi lebih maju. Jaringan Kota Kreatif pilihan UNESCO ini terdiri dari 116 kota dari 54 negara, dan mencakup 7 elemen lainnya yang di nilai kreatif, yaitu Crafts & Folk Art, Design, Film, Gastronomi, Literature, Musik, dan Media Arts. Pembangunan

atau penerapan sebagai kota kreatif juga tidak luput dari empat dasar modal utama, yang diantaranya adalah :

1. Suatu wilayah tersebut memiliki dukungan ekosistem yang cukup kuat, baik dari segi kebijakan maupun dari segi regulasi, sumber daya manusia dan juga pendanaan untuk dilakukannya gerakan pembangunan.
2. Adanya keterpaduan dalam seluruh proses kreasi yang diproduksi dan kemudian di distribusikan.
3. Memperhatikan potensi dan juga tingkat kesiapan pendukung pembangunan yang terukur, yakni sarana dan prasarana, pelaku usaha dan misi yang akan dikerjakan.
4. Terbentuknya kerjasama dan keterlibatan yang aktif terhadap semua pemegang peran dengan jelas dan juga proposional. Sinergi pembangunan antara pembangunan pemerintah baik pusat maupun daerah harus terbangun dengan mutlak oleh komunitas.

Dalam hal ini, Yogyakarta telah termasuk salah satu kota yang telah memenuhi kriteria untuk menjadi kota kreatif. Yogya memiliki keberagaman seni budaya, musik serta pariwisata. Dinas pariwisata kota akan berupaya dan bekerja untuk mengoptimalkan peran ekonomi kreatif guna mendukung kemajuan kota baik dalam bidang seni, kuliner, industri kreatif maupun pariwisatanya. Perluasan atau promosi pariwisata akan sangat membantu pendapatan kota. Dengan adanya promosi kota yang tepat maka tidak menutup kemungkinan akan menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung. Salah satu peluang yang cukup besar di Yogyakarta ini ialah wisata belanjanya yang

memberikan kesan dan barang-barang yang unik serta memiliki ciri khasnya tersendiri. Keberagaman dan keunikan inilah yang dikerahkan guna menyalurkan kreatifitas penduduk untuk membaca dan memiliki pendapatan. Seperti dengan diadakannya UMKM, setiap daerah bisa membangun UMKM yang dimana hal tersebut dapat memperkerjakan penduduk setempat, dengan memanfaatkan bahan yang cukup sederhana namun dikemas atau diproduksi dengan keunikan kreatifitas mereka yang kemudian dapat diperjual belikan. Di Yogya salah satu tempat yang dapat menjadi tujuan atau destinasi favorit penduduk adalah daerah malioboro. Disini wisatawan maupun penduduk lokal dapat menunjukan kreatifitas mereka melalui hasil kerja atau hasil produksi mereka. Tidak sedikit masyarakat yang berdagang seperti menjual tas rotan hasil rajutan mereka, baju/kaos dengan gambar dan tulisan khas kota Yogyakarta, aksesoris seperti pernak-pernik dan topi, serta masih banyak lainnya. Kreatifitas masyarakat tidak luput juga dari keunikan dan ciri khas dari wisata kulinernya. Yogya yang terkenal sebagai kota gudeg ini tidak hanya memiliki gudeg sebagai kuliner wajib yang khas. Seiring perkembangan waktu, mulai banyak bermunculan makanan atau kue yang menjadi khasnya dari kota Yogyakarta ini. Masyarakat atau wisatawan yang berkunjung atau berlibur kesuatu tempat pasti tidak akan lupa untuk mencari atau membawakan buah tangan untuk sanak keluarga maupun sahabat. Pemahaman masyarakat mengenai kota kreatif ini sangat bisa memberikan dampak positif bagi kota maupun untuk masyarakat itu sendiri. Ditengah sulitnya mencari lahan maupun lapangan pekerjaan, masyarakat dikota kreatif ini dapat memberikan solusi yang tepat. Dengan membangun usaha dan mengembangkan kreatifitas masyarakat setempat,

maka akan terbukanya lapangan pekerjaan baru dan berdampak memberikan pemasukan dalam bidang perekonomian. Hal ini sangat membantu pemerintah guna menangani permasalahan banyaknya pengangguran. Kota kreatif dapat dikatakan atau dijadikan salah satu alternatif untuk menjadikan solusi permasalahan ekonomi penduduk maupun pemerintah atau daerah. Dengan meningkatnya pendapatan masyarakat maka dapat dijadikan untuk peningkatan kesejahteraan pula. Kerjasama atas kesadaran masyarakat dan pemerintah setempat sangat dibutuhkan dalam hal ini guna memajukan kota dan kenyamanan serta keselarasan bermasyarakat yang sejahtera. Pada hal ini Yogyakarta sebagai kota kreatif dalam UNCCN dapat dikatakan cukup berkembang dan maju dalam prakteknya. Tidak sedikit penduduk yang membuka usaha untuk mencari pendapatan dan menjadikan hidup lebih sejahtera. Menggunakan atau memanfaatkan kreatifitas dalam berkarya sangat dapat membantu kemajuan perekonomian.